

# Indice

**Premessa**, di *Giuseppe Gangemi* pag. 9

## **I. Oltre la frontiera della scelta di voto razionale**

<b>Il voto a “cottura lenta”. Proposta di un predittore delle scelte di voto tardive</b> , di <i>Luciano Arcuri, Luigi Castelli, Silvia Galdi e Giuseppe Gangemi</i>	»	43
1. La zona oscura dei sondaggi elettorali	»	43
2. Come affrontare i problemi della decisione	»	46
3. Una nuova variabile entra in gioco: l'affetto	»	47
4. Le associazioni implicite come indicatore della struttura valutativa	»	51
5. Le indagini esplorative precedentemente condotte	»	54
6. Un nuovo banco di prova: le elezioni regionali del 2005	»	57
Riferimenti bibliografici	»	61

<b>Aspetti psicosociali del “Caso Puglia”</b> , di <i>Carmencita Serino e Milena Marzano</i>	»	63
1. Introduzione	»	63
2. Focus sugli indecisi	»	64
3. Lo scenario della ricerca in Puglia	»	65
4. Decisi vs Indecisi: i dati raccolti attraverso il questionario iniziale	»	66
5. Conclusione	»	69
Riferimenti bibliografici	»	71

<b>Le campagne negative e la realtà politica americana: le elezioni presidenziali del 2004</b> , di <i>Giambattista Passarelli, Luigi Castelli, Luciana Carraro e Luciano Arcuri</i>	»	73
1. Le campagne politiche negative: un fenomeno in continuo aumento	»	73
2. I candidati alla presidenza: George Bush e John Kerry	»	76
3. Il duello elettorale negli spot televisivi	»	77
4. Tipologie di messaggio e strategie dei candidati	»	77
5. Le tematiche trattate	»	82
6. Quale futuro?	»	84
Riferimenti bibliografici	»	87

<b>Bush e Kerry 2004: un'analisi degli spot televisivi</b> , di <i>Luciana Carraro, Luigi Castelli, Giambattista Passarelli e Luciano Arcuri</i>	»	89
1. Introduzione	»	89
2. Il target: a chi sono indirizzati gli spot?	»	91
3. La voce fuori campo e gli stereotipi di genere in politica	»	93
4. Lo slogan	»	94
4.1. Numero di parole dello slogan	»	97
5. Quantità di testo scritto presente negli spot	»	99
6. Ritmo: cambi di immagini e cambi di ambientazione	»	100
7. Testimonial e documenti	»	101
8. La presenza del candidato e dell'avversario nello spot televisivo	»	103
9. Conclusioni	»	107
Riferimenti bibliografici	»	108

<b>I Focus group nella rilevazione degli atteggiamenti degli elettori 'incerti'</b> , di <i>Vanda Lucia Zammuner, Elisabetta Petitbon e Federica Avarino</i>	»	111
1. Introduzione	»	111
2. La ricerca e il suo metodo	»	117
3. I temi e le opinioni emerse nelle discussioni	»	123
4. Sintesi e conclusioni	»	131
Riferimenti bibliografici	»	133

## II. Oltre la concezione realista della politica

<b>Le metafore con funzioni euristiche nel movimento dei girotondi</b> , di <i>Giuseppe Gangemi</i>	»	137
1. Introduzione al problema	»	137

2. Che cosa è o cosa può diventare una metafora generativa	»	143
3. Un'immagine storica durante una fase di contestazione	»	147
4. Lo sciame di metafore del "di qualcosa di sinistra"	»	151
5. Conclusione	»	152
Riferimenti bibliografici	»	153

<b>Prove di governo regionale: il caso della Puglia. Appunti per una "società pensante", di Francesca Gelli</b>	»	155
1. Introduzione	»	155
2. Elementi di contesto	»	158
3. Gli anni precedenti. Uno spaccato sulla situazione politica regionale	»	162
4. Numeri e politica	»	170
4.1. Questioni di misurazione (1): valutazione della "rappresentatività" del risultato delle primarie	»	170
4.2. Questioni di misurazione (2): valutazione della "rappresentatività" del candidato. I risultati alle elezioni primarie e regionali	»	175
5. Le primarie in Puglia: "segni e sogni di una rivoluzione gentile, di una democrazia che tracima dalla procedura al sentimento"	»	179
6. "Una Puglia migliore". Dichiarazioni programmatiche per il governo della Regione Puglia (dove, alla domanda di "più democrazia", la politica incontra le politiche)	»	191
Riferimenti bibliografici	»	197

<b>Lacrime e sangue senza primarie: le elezioni municipali del 2005 a Venezia, di Giuseppe Gangemi</b>	»	199
1. La scelta del candidato come processo di democrazia deliberativa	»	199
2. Il processo di scelta del candidato	»	202
3. Il modello interpretativo adottato	»	208
4. La sconfitta del sindaco in carica, Paolo Costa	»	214
5. Il fallimento della negoziazione compensativa	»	228
6. Massimo Cacciari: in barba a tutti, io mi candido!	»	243
7. Tutti chiedono le primarie, ma chi le vuole?	»	259
8. Quanto pesa la fiducia in un processo deliberativo?	»	271
9. Il processo deliberativo sui risultati delle elezioni: chi ha votato chi e perché?	»	288
10. L'angelo necessario?	»	310
Riferimenti bibliografici	»	319

### III. Chi sono gli elettori incerti?

<b><i>Thinking by doing</i> nelle metodologie di una ricerca pilota tra organizzazione e improvvisazione: elezioni per il sindaco a Padova nel 2004</b> , di <i>Alessandro Caputo e Lorenzo Liguoro</i>	»	323
1. Introduzione	»	323
2. Il campione	»	324
3. Il contatto	»	327
4. Organizzazione dei focus	»	333
5. Gestione dei flussi comunicativi	»	335
6. Conclusioni	»	339
<b>Gli incerti padovani alle elezioni amministrative di Padova del 2004</b> , di <i>Cristina Cama</i>	»	341
1. Lo spessore dell'incertezza	»	341
2. Le tre fasi della ricerca	»	341
3. Il non interesse e l'incertezza	»	342
4. L'interesse e l'incertezza	»	345
5. Perché tanti incerti-interessati delusi a Padova?	»	348
6. Conclusione	»	350
Riferimenti bibliografici	»	352
<b>Gli incerti alle elezioni regionali venete dell'aprile 2005</b> , di <i>Francesca Marin e Giulia Fonda</i>	»	353
1. Introduzione	»	353
2. Disinformazione e disinteresse a cavallo dell'ambiguità	»	354
3. Astensione: indecisione o voto poco convinto?	»	355
4. L'ambiguità che nasce da credenze forti	»	357
5. La categoria degli "elettori dal voto ideologico": incertezza o ambiguo disinteresse?	»	358
6. La categoria degli elettori "attenti ai programmi"	»	361
7. Conclusioni	»	362
<b>Gli autori</b>	»	365